

LIVRE BLANC · HÔTELLERIE ET TOURISME

IA générative, hôtellerie et tourisme : 10 cas d'usage et leurs prompts.

Pour les hôtels, les restaurants, les campings et résidences de tourisme : réception, réservations, commercial et séminaires, salle et cuisine, marketing, RH et direction. Des cas testés en formation, des prompts prêts à copier, les règles pour les données de vos clients.



SOMMAIRE

Dix cas d'usage, de l'avis du matin à la réunion tarifaire.

Chaque cas tient sur une page : pour qui, avec quel outil, quelles données fournir, le prompt à copier, ce que vous obtenez et le point de vigilance. Commencez par les cinq règles de la page suivante.

–	Avant de commencer : cinq règles pour vos données	p. 3
01	Répondre à un avis client en ligne	p. 4
02	Répondre à un e-mail de réservation ou à une demande particulière	p. 5
03	Chiffrer un devis groupe ou séminaire	p. 6
04	Rédiger les descriptifs multilingues des chambres et de l'établissement	p. 7
05	Mettre à jour la carte et le tableau des allergènes	p. 8
06	Bâtir le planning de la semaine selon l'occupation	p. 9
07	Recruter les saisonniers : annonce et entretien	p. 10
08	Écrire une procédure d'accueil et le livret du nouvel arrivant	p. 11
09	Préparer le programme d'un événement ou d'un séminaire	p. 12
10	Faire la veille de la concurrence tarifaire	p. 13
–	Aller plus loin avec Wavia	p. 14

Cinq règles pour utiliser l'IA générative avec les données de vos clients.

1

Un compte professionnel, pas un compte gratuit

Sur les offres Team, Business ou Enterprise, vos données ne servent pas à entraîner les modèles et les comptes sont administrés. Les comptes gratuits ou personnels n'ont rien à faire avec des fiches clients, des devis ou des CV de saisonniers.

2

Les données des clients restent dans vos outils

Fiches clients, numéros de carte, données de paiement et préférences restent dans le PMS. On colle dans une conversation le strict nécessaire : un avis, une demande, un export sans données superflues.

3

L'IA prépare, l'équipe accueille

Une réponse à un avis, un devis, une carte, un planning : chaque production est relue et validée par la personne responsable avant d'être publiée, envoyée ou affichée.

4

Le prix reste une décision humaine

L'IA lit le marché et prépare la réunion tarifaire, mais le tarif, les remises et les gestes commerciaux sont décidés par le revenue manager ou la direction.

5

Former les équipes, par métier

L'article 4 de l'AI Act demande aux entreprises de s'assurer que leurs équipes maîtrisent les outils d'IA qu'elles utilisent. Une formation par métier (réception, salle et cuisine, commercial, marketing), sur les vrais avis et devis, est la façon la plus sûre d'y répondre.

01

Répondre à un avis client en ligne

POUR QUI

Réception, direction

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets
(instructions « ton de la maison ») ou Claude pour Chrome

DONNÉES À FOURNIR

Le texte de l'avis, sans le nom complet du client, et vos instructions de ton

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Tu réponds au nom de [nom de l'établissement], [type : hôtel 4 étoiles, restaurant, camping]. Voici un avis publié sur [Booking, Google, TripAdvisor] : « [avis] ».

1. Résume en une ligne ce que le client a aimé et ce qu'il reproche.
2. Rédige une réponse de six lignes au plus, dans la langue de l'avis et dans notre ton (instructions du projet) : remerciement précis, réponse point par point aux reproches, sans se justifier à l'excès.
3. Si un geste ou une action interne est nécessaire, écris-le à part, pour la direction, sans le promettre dans la réponse.

N'invente aucun fait sur le séjour : si une information manque, mets-la entre crochets.

Ce que vous obtenez

Une réponse personnalisée en une minute, et la liste des actions internes que l'avis met en lumière.

Point de vigilance

Chaque réponse est relue et publiée par une personne de l'établissement : jamais de publication automatique ni en série.

02

Répondre à un e-mail de réservation ou à une demande particulière

POUR QUI

Réception, réservations

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou Copilot dans Outlook, Gemini dans Gmail

DONNÉES À FOURNIR

Le message du client, vos conditions de vente et vos disponibilités saisies par vous

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici la demande d'un client : « [message] ». Nos disponibilités pour ces dates : [disponibilités]. Nos conditions : [annulation, acompte, horaires d'arrivée et de départ].

1. Liste ce que le client demande vraiment (dates, chambres, repas, demandes particulières).
 2. Rédige la réponse dans sa langue : proposition claire, tarif entre crochets à compléter, conditions en deux lignes, prochaine étape pour confirmer.
 3. Si une demande ne peut pas être satisfaite, propose une alternative au lieu d'un simple refus.
- Ton chaleureux et précis, dix lignes au plus.

Ce que vous obtenez

Une réponse complète et dans la bonne langue, prête à envoyer après vérification des disponibilités.

Point de vigilance

Les disponibilités et les tarifs viennent du PMS, jamais de l'IA : on ne confirme rien qui n'est pas vérifié dans le planning.

03

Chiffrer un devis groupe ou séminaire

POUR QUI

Commercial,
réservations,
événementiel

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets (avec vos
devis types et vos
conditions)

DONNÉES À FOURNIR

La demande de
l'entreprise ou du
groupe, vos grilles et
deux ou trois devis
passés

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici une demande de séminaire : « [demande] » (dates, nombre de participants, salle, chambres, repas, activités). Voici nos devis types et nos conditions groupes (documents du projet).

1. Reformule le besoin en tableau : ce qui est demandé, ce qui est à préciser.
2. Rédige les questions à poser au client pour lever les points flous.
3. Propose la structure du devis avec deux options (essentielle, complète), les prix laissés entre crochets.
4. Rédige l'e-mail d'accompagnement : cinq lignes, ton professionnel, relance prévue à [date].

Ce que vous obtenez

Un devis structuré et des questions prêtes en vingt minutes au lieu d'une heure.

Point de vigilance

Les prix, les remises et les conditions d'annulation sont fixés par le commercial ou la direction, jamais proposés par l'IA.

04

Rédiger les descriptifs multilingues des chambres et de l'établissement

POUR QUI

Marketing, direction, réception

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets

DONNÉES À FOURNIR

Vos descriptifs actuels, la liste exacte des équipements, vos photos et votre charte de ton

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici le descriptif actuel de [type de chambre ou espace] et la liste exacte de ses équipements : [liste].

1. Réécris le descriptif en français : 80 mots, concret, sans superlatif creux, les équipements qui comptent pour [clientèle : affaires, familles, couples] en premier.
 2. Traduis-le en [anglais, allemand, espagnol] en l'adaptant aux usages de chaque langue, pas mot à mot.
 3. Propose un titre court par langue pour [site, Booking, Google].
- N'ajoute aucun équipement absent de la liste.

Ce que vous obtenez

Des descriptifs cohérents d'une plateforme à l'autre, dans les langues de vos clients.

Point de vigilance

Un équipement annoncé à tort se paie en avis négatifs : la réception relit chaque version avant publication.

05

Mettre à jour la carte et le tableau des allergènes

POUR QUI

Chef, F&B, salle

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou Copilot dans Word

DONNÉES À FOURNIR

Les fiches techniques des plats (ingrédients et recettes), sans données de fournisseurs sensibles

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici les fiches techniques des plats de la nouvelle carte : [fiches].

1. Rédige l'intitulé et une description courte de chaque plat, en français puis en anglais, dans le style de la maison.
2. Prépare le tableau des 14 allergènes réglementaires plat par plat, à partir des ingrédients des fiches uniquement.
3. Signale chaque ingrédient dont la composition n'est pas précisée (sauce, fond, pâte achetée) et qu'il faut vérifier.

Présente le tableau avec une colonne « à vérifier » remplie.

Ce que vous obtenez

Une carte bilingue et un tableau d'allergènes prérempli, avec les points à contrôler mis en évidence.

Point de vigilance

L'information sur les allergènes engage l'établissement : le chef vérifie chaque ligne avec les étiquettes des produits.

06

Bâtir le planning de la semaine selon l'occupation

POUR QUI

Direction, gouvernante, chef de réception

OUTIL CONSEILLÉ

Claude ou Copilot dans Excel

DONNÉES À FOURNIR

L'export d'occupation prévue du PMS, les groupes attendus, les disponibilités de l'équipe (sans données médicales)

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici l'occupation prévue de la semaine [dates] (export du PMS), les groupes et événements attendus [liste] et les disponibilités de l'équipe [tableau].

1. Estime la charge par jour et par service (réception, étages, petit déjeuner, restaurant).
 2. Propose un planning qui couvre les pics, respecte les repos et les contrats indiqués, et limite les heures supplémentaires.
 3. Signale les jours en tension et les besoins d'extras.
- Explique tes hypothèses de charge pour que je puisse les corriger.

Ce que vous obtenez

Une base de planning argumentée, à ajuster plutôt qu'à construire de zéro.

Point de vigilance

Le planning reste celui du responsable : temps de travail, repos et accords internes se vérifient avant affichage.

07

Recruter les saisonniers : annonce et entretien

POUR QUI

Direction, RH, chefs de service

OUTIL CONSEILLÉ

Claude

DONNÉES À FOURNIR

La fiche de poste, les conditions (logement, horaires, salaire), sans données de candidats dans un compte gratuit

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Rédige une annonce pour un poste de [poste] en saison à [lieu], du [date] au [date].

1. Une accroche qui parle aux candidats, les missions en cinq puces, les conditions concrètes (horaires, logement, repas, salaire entre crochets).
2. Une version courte pour les réseaux sociaux et une pour France Travail.
3. Six questions d'entretien qui vérifient l'expérience, la disponibilité et le savoir-être en service.

Aucun critère discriminatoire (âge, sexe, origine, situation de famille).

Ce que vous obtenez

Une annonce claire publiée le jour même et une trame d'entretien commune à tous les recruteurs.

Point de vigilance

La sélection et la décision restent humaines ; les CV des candidats ne vont que dans un outil aux comptes administrés.

08

Écrire une procédure d'accueil et le livret du nouvel arrivant

POUR QUI

Réception, direction,
gouvernante

OUTIL CONSEILLÉ

Claude Projets

DONNÉES À FOURNIR

Vos procédures
existantes, les notes
des chefs de service, le
règlement intérieur

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici nos notes sur l'accueil des clients à la réception : « [notes] » et nos règles internes (documents du projet).

1. Rédige la procédure d'arrivée et de départ en étapes numérotées, une action par ligne, à l'impératif.
2. Ajoute les cas particuliers : arrivée tardive, client mécontent, demande de surclassement, objet trouvé.
3. Rédige une page « vos premiers jours » pour un saisonnier : horaires, tenue, contacts, les cinq règles à connaître.
4. Propose une version anglaise courte pour les équipes non francophones.

Ce que vous obtenez

Une procédure à jour et un livret d'accueil lisible, prêts pour la saison.

Point de vigilance

Les consignes de sécurité et d'hygiène sont relues par le responsable concerné avant diffusion.

09

Préparer le programme d'un événement ou d'un séminaire

POUR QUI

Événementiel,
commercial, F&B

OUTIL CONSEILLÉ

Claude

DONNÉES À FOURNIR

Le brief du client, vos
espaces, vos
prestataires habituels
et vos menus

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Le client [entreprise ou famille] organise [séminaire, mariage, anniversaire] le [date] pour [nombre] personnes. Brief : « [brief] ». Nos espaces et prestations : [liste].

1. Propose un déroulé heure par heure, avec les espaces utilisés et les temps de mise en place.
2. Liste ce qu'il faut réserver ou commander, avec la date limite pour chaque élément.
3. Rédige la présentation du programme pour le client : une page, ton de la maison.

Marque [à confirmer] tout ce qui dépend d'un prestataire extérieur.

Ce que vous obtenez

Un déroulé complet, une liste de tâches datée et une proposition client prête à envoyer.

Point de vigilance

Capacités des salles, règles de sécurité incendie et horaires de fin se vérifient avant toute promesse.

10

Faire la veille de la concurrence tarifaire

POUR QUI

Revenue management, direction

OUTIL CONSEILLÉ

Claude pour Chrome (lecture des pages publiques) ou Claude avec un export de votre outil de veille

DONNÉES À FOURNIR

Les tarifs publics des établissements comparables, vos prix et votre occupation

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici les tarifs publics relevés pour [dates] chez [cinq établissements comparables] (tableau joint) et notre occupation prévue sur ces dates.

1. Présente l'écart entre nos prix et ceux des concurrents, date par date, avec les événements locaux connus [liste].
 2. Repère les dates où nous sommes nettement au-dessus ou en dessous du marché.
 3. Formule trois questions à se poser pour la réunion tarifaire, sans recommander de prix.
- Indique la date et la source de chaque relevé.

Ce que vous obtenez

Une lecture claire du marché pour préparer la réunion tarifaire, en dix minutes.

Point de vigilance

L'IA éclaire, elle ne fixe pas les prix : la décision tarifaire reste au revenue manager ou à la direction.

ALLER PLUS LOIN

De ces dix prompts à un établissement qui gagne du temps à chaque poste, au service des clients.

Wavia est une agence IA fondée à Nantes en 2023, certifiée Qualiopi. Nous formons les équipes à l'IA générative sur leurs vrais dossiers, nous relierons l'IA à leurs outils et nous développons les agents qui manquent.

Former vos équipes, par métier

Réception, réservations, salle et cuisine, commercial, marketing, direction : par groupe de dix au plus, sur vos avis, vos devis et vos plannings, à des horaires compatibles avec le service. Finançable par votre OPCO, le plus souvent AKTO.

Choisir et paramétrer vos licences

Claude Team, ChatGPT Business ou Microsoft 365 Copilot, réglés pour les données de vos clients, avec la charte d'utilisation.

Relier l'IA à votre PMS et à vos messageries

Exports du PMS lus dans Claude, connecteurs officiels en lecture seule (Google Workspace, Microsoft 365, Brevo, Canva, WhatsApp Business), ou connecteur sur mesure pour votre PMS.

Un agent IA sur mesure

Réponses aux avis proposées chaque matin, tri des demandes de réservation, réponses aux messages du soir : l'agent prépare, vos équipes valident.

Réserver un échange de 15 minutes

Ou par téléphone : 06 44 22 69 86

4,9/5 sur plus de 280 avis Google · plus de 3 000 collaborateurs formés · wav-ia.fr/ia-hotellerie-tourisme